



Memòria justificativa de la necessitat de contractar el patrocini de *Los 40 Primavera Pop 2026* per a la promoció de Badalona, mitjançant procediment negociat sense publicitat.

1. Necessitats, idoneïtat i justificació de la contractació:

El valor de l'activitat cultural és múltiple, estenent els seus efectes a una diversitat de col·lectius i sectors, que van des de la ciutadania en general fins als sectors turístic i cultural, que es veuen directament beneficiats per la seva existència. Però, sens dubte, incumbeix especialment al sector turístic, atesa la seva capacitat d'atracció de visitants, captació d'atenció exterior i consolidació del nom de Badalona, que incideix de manera directa i positiva en la imatge de la marca de municipi turístic de Badalona.

En tots els casos, el valor de l'esforç de promoció d'esdeveniments i programes es multiplica si ve acompanyat d'una màxima difusió, de manera que tots els seus destinataris i beneficiaris potencials coneguin que Badalona presenta aquest tipus d'ofertes i hi puguin participar. Aquesta difusió s'obté per diverses vies, una de les quals és el patrocini d'esdeveniments independents que serveixin de mitjà de coneixement i promoció al públic de les propostes locals, essent especialment rellevants aquells amb un major potencial d'atracció d'atenció, com són els festivals de música d'estiu en municipis de costa.

Són una forma de turisme alternatiu que comporta la comercialització de la cultura, en una manifestació del consum cultural de masses característic de la societat en què vivim.

Es generen increments en els ingressos dels comerços i diferents sectors de l'hostaleria, proporcionant un fort impacte econòmic en un període de temps curt. Contribueixen a la generació d'una imatge turística que proporciona un posicionament de la localitat.

Generen grans impactes en repercussió mediàtica.

Resulten un valor afegit per a les promocions turístiques, associant la seva imatge de marca a la localitat.

Ajuden a un posicionament identitari i promocional de les localitats on es duen a terme.

Generen repercussions socials positives com el sentiment d'identitat territorial, la cohesió social, la regeneració urbana, l'adaptació i l'obertura de ment.



2. Objecte del contracte:

L'objecte és la contractació del patrocini de Los 40 Primavera Pop per incrementar el coneixement de la marca Badalona i promocionar-se com a referent com a seu per acollir grans esdeveniments i com a font generadora de beneficis directes induïts en termes de reforç de la imatge del territori.

Les prestacions es concreten en el plec de prescripcions tècniques particulars. L'organització de Los 40 Primavera Pop ha de formular la seva proposta de patrocini en relació amb el pressupost base de licitació.

El contracte de patrocini està regulat per la Llei 34/1988, d'11 de novembre, General de Publicitat (d'ara endavant, LGP), modificada per la Llei 29/2009, de 30 de desembre, per la qual es modifica el règim legal de la competència deslleial i de la publicitat per a la millora de la protecció dels consumidors i usuaris, juntament amb els contractes de publicitat, de difusió publicitària i de creació publicitària.

Aquest patrocini és una publicitat de caràcter indirecte, "retorn publicitari", i consisteix en què el patrocinat permet al patrocinador fer pública la seva col·laboració econòmica en l'activitat del patrocinat.

El patrocinador, a canvi, gaudeix de la notorietat i de la ressonància de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i enaltir la seva imatge.

El contracte de patrocini publicitari és un contracte privat i, d'acord amb l'art. 26 de la LCSP, els seus efectes, modificació i extinció es regiran pel dret privat, en concret per la Llei 34/1988, General de Publicitat, en allò que li sigui aplicable.

D'acord amb l'article 26.2 de la LCSP, la preparació i adjudicació del contracte es regirà, en defecte de normes específiques, per les Seccions 1a i 2a del Capítol I del Títol I del Llibre Segon de la LCSP amb caràcter general i per les seves disposicions de desenvolupament, aplicant-se supletòriament la resta de normes de dret administratiu o, si escau, les normes de dret privat, segons correspongui per raó del subjecte o l'entitat contractant.

Lots: Les prestacions compreses en l'objecte del contracte són inseparables o imprescindibles de manera conjunta i, per tant, no es considera adequada la divisió del contracte en lots, atesa la naturalesa de l'objecte del contracte, ja que el patrocini constitueix un objecte únic de contractació.



El CPV aplicable a la contractació és:

CPV: 79341000-6 Serveis de publicitat.

3. Insuficiència de mitjans:

Reactivació Badalona S.A. no disposa de mitjans propis per a la realització d'aquest tipus de difusió.

4. Durada:

S'establirà des de la formalització del contracte fins a l'11 d'abril de 2026. Los 40 Primavera Pop se celebrarà l'11 d'abril de 2026.

L'adjudicatari disposa d'un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte per presentar la memòria on es detalli l'impacte del patrocini.

5. Dades econòmiques:

Pressupost base de licitació (PBL)

El pressupost base de negociació és de 60.000 €, més 12.600 € en concepte del 21% d'IVA, que fan un total de 72.600,00 € amb IVA.

Pressupost Base	Tipus d'IVA aplicable (21%) Import IVA	Pressupost base de licitació (IVA inclòs)
60.000,00 €	12.600,00 €	72.600,00 €

En el preu del contracte es consideren inclosos els impostos, taxes i cànon de qualsevol mena que siguin aplicables, així com totes les despeses que es generin per a l'adjudicatari com a conseqüència del compliment de les obligacions contractuals.

Atesa la naturalesa jurídica del contracte, tractant-se d'un patrocini publicitari, no es procedeix a desglossar el pressupost.

A continuació, es detalla el valor de les principals accions de publicitat incloses en el patrocini de *Los 40 Primavera Pop*.



Són dades facilitades per l'empresa Sociedad Española de Radiodifusión S.L.U. i que figuren al PPT, corresponent a una estimació:

Descripció de les actuacions	Concepte	Estimació valoració
Prensa	El País, El Periódico, ARA	65.250
Digital	Webs de LOS40, Cadena SER, El País, Web de El Periódico	75.400
Ràdio	Emissions en Cadena Regional Catalunya, LOS40, LOS40 Classic, LOS40 Urban, LOS40 Dance, Cadena Regional Ser Catalunya.	5.404.000

L'organització de *Los 40 Primavera Pop* lliurarà un informe amb dades concretes del retorn mediàtic de la marca de l'Ajuntament un cop finalitzat l'esdeveniment.

Així doncs, per conèixer l'impacte real d'aquest patrocini cal auditar la presència i la correcta visibilitat de la marca de Badalona en tots els actius inclosos en el contracte, així com la presentació d'una memòria detallada de l'impacte de la presència de la marca de Badalona en un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte:

- Auditar la presència i correcta visibilitat de la marca de Badalona en tots els actius inclosos en el contracte.
- Recopilació fotogràfica de la presència de la marca com a patrocinador institucional en tots els suports inclosos en el contracte de patrocini.
- Auditar el retorn mediàtic de la marca de Badalona vinculada al patrocini amb el corresponent informe del retorn de la inversió publicitària.
- Lliurament del "clíping" de la presència als diferents mitjans de comunicació de la marca de Badalona.

Valor estimat del contracte

El valor estimat del contracte, d'acord amb el que disposa l'article 101 i concordants de la LCSP, inclou el pressupost base de licitació adequat als preus de mercat i la temporalitat de la prestació. S'ha tingut en compte el cost de la campanya de publicitat.

El valor estimat del contracte és de: 60.000 € sense IVA.



6. Procediment de licitació i justificació:

El contracte s'adjudicarà mitjançant el procediment negociat sense publicitat per motius d'exclusivitat previst i regulat als articles 168.a.2º i 170.2 de la LCSP, atès que, d'acord amb la justificació de les necessitats a satisfer mitjançant el patrocini de *Los 40 Primavera Pop*, resulta que Sociedad Española de Radiodifusión S.L.U. és propietària de tots els drets en exclusiva de propietat industrial i intel·lectual (incloent-hi marques i signes distintius).

7. Criteris de negociació:

En aquest cas, els termes del contracte ja estan definits de manera objectiva, sense marge per a modificacions substancials. Per tant, l'exclusió de la negociació està degudament motivada i és conforme amb l'article 169.3 de la LCSP, que permet excepcionar la negociació quan aquesta sigui innecessària o incompatible amb la naturalesa del contracte

8. Solvència:

Solvència econòmica i financera (article 87 LCSP)

Disposar d'una assegurança de responsabilitat civil per riscos professionals amb una cobertura mínima per sinistre de 200.000 €, o compromís vinculant de subscripció de la mateixa en cas de resultar adjudicatari, així com aportar el compromís de la seva renovació o pròrroga que garanteixi el manteniment de la cobertura durant tota l'execució del contracte.

L'acreditació d'aquest requisit s'efectuarà mitjançant certificat expedit per l'asseguradora, on constin els imports i riscos assegurats i la data de venciment de l'assegurança, i mitjançant el document de compromís vinculant de subscripció, pròrroga o renovació, en els casos que pertorqui.

Solvència tècnica i professional (article 90 LCSP)

Relació dels principals serveis o treballs realitzats de naturalesa igual o similar als que constitueixen l'objecte del contracte en els darrers tres anys, indicant-ne l'import, la data i el destinatari, públic o privat. Hauran d'estar avalats pels certificats corresponents, i el requisit mínim serà l'import corresponent al 70% de l'annualitat mitjana del contracte.

Mitjà d'acreditació: els serveis o treballs efectuats s'acreditaran mitjançant certificats expedits o visats per l'òrgan competent si el destinatari és una entitat del sector públic; si és un subjecte privat, mitjançant certificat expedit per aquest o, en defecte, amb una declaració de l'empresari acompanyada de la documentació acreditativa. En el seu cas, aquests certificats es comunicaran directament a l'òrgan de contractació.



9. Modificacions del contracte:

No es preveuen.

10. Forma de pagament:

El pagament de l'import del contracte es realitzarà per part de Reactivació Badalona S.A. un cop efectuats els tràmits que corresponguin d'acord amb la legislació vigent, un cop justificada la realització del patrocini objecte del contracte i el compliment de les obligacions imposades. En tot cas, la memòria amb el detall de l'impacte haurà de presentar-se en un termini màxim de 3 mesos des de la finalització del contracte.

El pagament efectiu de les prestacions executades es farà en un termini màxim de 30 dies naturals des de la data d'aprovació de la factura per part de l'entitat contractant. No es contempla el pagament avançat de cap part ni de la totalitat del preu del contracte.

11. Garantia definitiva:

L'article 107 de la LCSP preveu la possibilitat d'eximir l'adjudicatari de l'obligació de constituir garantia definitiva tenint en compte les circumstàncies del contracte.

No s'estableix la constitució de garantia ateses les circumstàncies pròpies del contracte privat de patrocini, ja que el patrocinat és el titular dels drets d'exclusivitat de l'esdeveniment cultural objecte del contracte, i el preu del contracte s'abonarà un cop realitzades les prestacions.

12. Responsable del contracte:

La persona responsable del seguiment del contracte serà Judit Esteban, Tècnica de Turisme de Reactivació Badalona, SA.

Badalona, en fecha de la presente signatura electrónica.

Judit Esteban
Tècnica de turisme